



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF *IMPULSIVE BUYING*  
PADA MAHASISWA ANGKATAN 2017 PENDIDIKAN  
EKONOMI FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN  
SYARIF KASIM RIAU**



UIN SUSKA RIAU

**OLEH  
KHAIRUL UMAM GADARI  
NIM. 11616101234**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
1442 H./2021 M.**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF *IMPULSIVE BUYING*  
PADA MAHASISWA ANGKATAN 2017 PENDIDIKAN  
EKONOMI FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN  
SYARIF KASIM RIAU**

Skripsi

diajukan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pendidikan (S.Pd.)



UIN SUSKA RIAU

Oleh

**KHAIRUL UMAM GADARI**

**11616101234**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
1442 H./2021 M.**



## PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul *Analisis Perilaku Konsumtif Impulsive Buying pada Mahasiswa Angkatan 2017 Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, yang ditulis oleh Kharul Umam Gadari NIM. 11616101234 dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 07 Jumadil Akhir 1442 H.  
20 Januari 2021 M.

Menyetujui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Pembimbing

Mahdar Ernita, S.Pd., M.Ed.  
NIP. 197902272009012008

Mahdar Ernita, S.Pd., M.Ed.  
NIP. 197902272009012008

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## PENGESAHAN

Skrripsi dengan judul *Analisis Perilaku Konsumtif Impulsive Buying pada Mahasiswa Angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, yang ditulis oleh Khairul Umam Gadari NIM.11616101234 telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tanggal 15 Jumadil Awal 1442 H/ 28 Januari 2021 M. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) Jurusan Pendidikan Ekonomi.

Pekanbaru, 15 Jumadil Akhir 1442 H.  
28 Januari 2021 M.

Mengesahkan  
Sidang Munaqasyah

Penguji I

Drs. Akmal, M.Pd.

Penguji III

Zetri Rahmat, M.Pd.

Penguji II

Mhd. Subhan, S.Pd., M.Ed., CH.C.Ht.

Penguji IV

Darul, SP.MBA.

Dekan

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan



Dr. H. Muhammad Syaifuddin, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 19740704 199803 1 001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



Puji syukur Alhamdulillah, penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam penulis kirimkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh cahaya keimanan dan ilmu pengetahuan. Skripsi dengan judul “*Analisis Perilaku Konsumtif Impulsive Buying Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*”, merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam kelancaran penulisan skripsi ini yang berupa dorongan moril dan materil. Penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan motivasi dan do’a kepada penulis. Terutama keluarga besar penulis, khususnya yang penulis cintai dan sayangi sepanjang hayat yaitu *Ayahanda Muhadi* dan *Ibunda Mardaneli*, yang telah mendidik, mendo’akan, berjuang dan memberikan kasih sayang kepada penulis. Selain itu pada kesempatan ini penulis juga ingin menyatakan dengan penuh hormat ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Suyitno, M.Ag., selaku Plt Rektor UIN Suska Riau. Dr. H. Suryan A. Jamrah, MA., selaku Wakil Rektor I UIN Suska Riau. Dr. H. Ahmad Supardi, MA, Selaku Plt Wakil Rektor II UIN Suska Riau., Drs. H. Promadi, MA., Ph.D., Selaku Wakil Rektor III UIN Suska Riau.
2. Dr. Muhammad Syaifuddin, S.Ag, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau. Dr. Drs. Alimuddin, M.Ag., Selaku Wakil



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Dekan I Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau. Dr. Dra. Rohani, M.Pd., Selaku Wakil Dekan II Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau. Dr. Drs. Nursalim, M.Pd., Selaku Wakil Dekan III Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, beserta seluruh staf Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau.
3. Mahdar Ernita, S.Pd, M.Ed., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  4. Nurhayati, M.Hum., selaku sekretaris Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  5. Mahdar Ernita, S.Pd, M.Ed., selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, nasehat, pengarahan, masukan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
  6. Darni, S.P, M.BA., selaku Penasehat Akademik yang selalu memberikan motivasi dan nasihat dalam penyusunan skripsi ini.
  7. Bapak dan Ibu dosen Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau yang telah memberikan pengetahuan, arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1).
  8. Kepada keluarga besar Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian
  9. Teristimewa kedua orang tua Ayahanda Muhadi dan Ibunda Mardaneli, adekku Suhaid Mubasyir Alfarisi, dan seluruh keluarga yang penulis cintai yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya serta memberikan do'a kepada penulis.
  10. The One and Only Maharani Rahma Sari S.Pd sebagai pacar yang selalu memberikan semangat dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih semangatnya.
  11. Teman-teman seperjuanganku Ocu Hafizurrahman S.Pd, admin cuan Rp\_Second Riko Alvianides, Ler ku Alfiandri Neldi, yang selalu memberikan pemikiran dalam menyelesaikan skripsi ini.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta: milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

12. Kepada Bang Yopi & Kak Ezi serta AF Squad ( kak fifah, kak esi, kak diya, kak kin, kak cici, dkk) yang memberikan bantuan, arahan, masukan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman khususnya kelas B Manajemen Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
14. Senior dan junior di jurusan Pendidikan Ekonomi yang banyak membantu dan memberikan masukan.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik moral maupun material dalam rangka penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas jasa-jasa kalian semuanya. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. *Aamiin YaaRobbal 'Alamin...*

Pekanbaru, Januari 2021

Penulis

Khairul Umam Gadari

NIM 11616101234

UIN SUSKA RIAU



## ABSTRAK

**Khairul Umam Gadari, (2021) : Analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif *impulsive buying* mahasiswa angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya beberapa mahasiswa yang memiliki *smartphone* mewah tapi tidak memiliki buku rujukan setiap mata kuliah, ada beberapa mahasiswa yang memiliki *outfit* mahal seperti sepatu *nike* yang harganya bisa diatas 1 juta rupiah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, sedangkan objeknya adalah perilaku konsumtif *impulsive buying*. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2017 yang berjumlah 45 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan adalah analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat spontanitas dalam membeli suatu barang mahasiswa Pendidikan Ekonomi tidak terlalu tinggi, kemudian mahasiswa juga mampu mempertimbangkan dan memikirkan dampak dalam melakukan pembelian suatu barang, mahasiswa memiliki tingkat pembelian yang cenderung tidak terburu-buru, meskipun dalam situasi tertentu mahasiswa melakukan pembelian yang terkesan terburu-buru.

**Kata Kunci; Perilaku Konsumtif, *Impulsive Buying*, Mahasiswa**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Khairul Umam Gadari, (2021): The Analysis of Student Impulsive Buying Consumptive Behavior at Economics Education Department of Education and Teacher Training Faculty of State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

This research aimed at knowing impulsive buying consumptive behavior of Economics Education Department students of 2017 at Education and Teacher Training Faculty of State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau. This research was instigated by some students having luxurious smartphones, but they did not have reference books on every subject, and some students having expensive outfit such as Nike shoes whose price could be above 1 million Rupiahs. Qualitative approach was used in this research. The subjects of this research were Economics Education Department students of 2017 at Education and Teacher Training Faculty of State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau, and the object was impulsive buying consumptive behavior. The informants were 45 students of 2017. The techniques of collecting data were questionnaire and documentation. Analyzing the data was done by using qualitative descriptive analysis. Based on the research findings, the level of spontaneity in buying an item of Economics Education Department students was not too high, then students were also able to consider and think about the impact of making a purchase of an item, students had a purchase rate that tended not to be rushed, even though in certain situations students made purchases that seemed rushed.

**Keywords:** *Consumptive Behavior, Impulsive Buying, University Students*

## ملخص

خير الأمم غاداري، (٢٠٢١): تحليل سلوك الشراء الاندفاعي الاستهلاكي لطلاب قسم  
تعليم الاقتصاد بكلية التربية والتعليم لجامعة  
السلطان الشريف قاسم الإسلامية الحكومية رباو

هذا البحث يهدف إلى معرفة سلوك الشراء الاندفاعي الاستهلاكي لطلاب مرحلة ٢٠١٧ في قسم  
تعليم الاقتصاد بكلية التربية والتعليم لجامعة السلطان الشريف قاسم الإسلامية الحكومية رباو.  
وخلفيته أن هناك بعض الطلاب الذين يمتلكون هواتف ذكية فاخرة ولكن ليس لديهم كتب مرجعية  
لكل مادة، وهناك بعض الطلاب الذين يمتلكون ملابس باهظة الثمن كمثال أحذية نايك التي يمكن  
أن يزيد سعرها عن مليون روبية. وهذا البحث هو بحث كيفي. وأفراده طلاب مرحلة ٢٠١٧ في  
قسم تعليم الاقتصاد بكلية التربية والتعليم لجامعة السلطان الشريف قاسم الإسلامية الحكومية رباو،  
وموضوعه سلوك الشراء الاندفاعي الاستهلاكي. ومخبروه طلاب مرحلة ٢٠١٧ الذين عددهم ٤٥  
طالباً. وأساليب مستخدمة لجمع البيانات هي الاستبيان والتوثيق. والبيانات حللت بتحليل وصفي  
كيفي. وبناء على نتيجة البحث عرف بأن مستوى العفوية في شراء عنصر لدى الطلاب ليس  
مرتفعاً جداً، ومن ثم يمكن للطلاب أيضاً التفكير في تأثير شراء عنصر ما والتفكير فيه، ويكون لدى  
الطلاب معدل شراء لا يميل إلى التسرع، وعلى الرغم من أنهم في بعض الحالات يقومون بعمليات  
شراء تبدو متسعة.

الكلمات الأساسية: سلوك الشراء الاندفاعي الاستهلاكي، طلاب.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN .....	i
PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah .....	7
C. Permasalahan .....	9
1. Fokus Masalah .....	9
2. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian .....	9
2. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Konsep Teoritis .....	11
1. Perilaku .....	11
2. Perilaku Konsumtif.....	17
3. <i>Impulsive Buying</i> .....	25
B. Penelitian Relevan .....	29
C. Fokus Penelitianl .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	35
B. Pendekatan Penelitian.....	35
C. Waktu dan Tempat Penelitian .....	35
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	36
E. Informan Penelitian .....	36
F. Teknik Pengumpulan Data .....	38
G. Teknik Analisis Data .....	39
H. Keabsahan Data .....	40
<b>BAB IV PENYAJIAN HASIL PENELITIAN</b>	
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	42
1. Sejarah Program Studi Pendidikan Ekonomi UIN Suska Riau.....	41
2. Visi dan Misi Serta Tujuan Program Studi Pendidikan Ekonomi UIN Suska Riau .....	44
3. Gambaran Ketenagaan.....	46





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

B. Penyajian Hasil Penelitian.....	47
1. Pembelian Spontan .....	48
2. Pembelian Tanpa Berpikir Akibat .....	55
3. Pembelian Terburu-buru.....	62
4. Pembelian Dipengaruhi Keadaan Emosional .....	68
C. Pembahasan Penelitian .....	73
1. Pembelian Spontan dan Kaitannya Terhadap Pendidikan.....	73
2. Pembelian Tanpa Berpikir Akibat dan Kaitannya Terhadap Pendidikan.....	79
3. Pembelian Terburu-buru dan Kaitannya Terhadap Pendidikan .....	82
4. Pembelian Dipengaruhi Keadaan Emosional dan Kaitannya Terhadap Pendidikan.....	85
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran .....	89

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1.	Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017 .....	34
Tabel IV.1.	Kepemimpinan Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau .....	44
Tabel IV.2.	Nama Dosen Program Jurusan Pendidikan Ekonomi.....	47
Tabel IV.3.	Mahasiswa Membeli Sesuatu Tanpa Ada Perencanaan .....	50
Tabel IV.4.	Mahasiswa Membeli Sesuatu Secara Spontanitas .....	53
Tabel IV.5.	Mahasiswa Membeli Sesuatu Tanpa Mempertimbangkan Manfaat.....	56
Tabel IV.6.	Mahasiswa Membeli Sesuatu Tanpa Memikirkan Akibat.....	59
Tabel IV.7.	Mahasiswa Merasa Tidak Puas Setelah Membeli Barang.....	63
Tabel IV.8.	Mahasiswa Merasa Terburu-buru Terhadap Pilihan Barang....	66
Tabel IV.9.	Mahasiswa Membeli Sesuatu Demi Memuaskan Keinginan ...	68
Tabel IV.10.	Mahasiswa Merasa Puas Ketika Membeli Barang yang Diinginkan .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara
Lampiran 2	Dokumentasi
Lampiran 3	Surat Keterangan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, manusia mempunyai kecenderungan sosial untuk meniru sesuatu, sebagai wujud pembentukan diri dalam kehidupan masyarakat. Proses meniru misalnya seorang anak yang meniru perilaku dan kebiasaan orang tuanya, pendatang yang meniru kebudayaan pribumi atau sebaliknya, masyarakat tradisional terhadap masyarakat modern dan dijadikan sebagai gaya hidup. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa manusia membutuhkan interaksi atau komunikasi untuk membentuk diri sebagai pribadi (individu) dan sekaligus sebagai makhluk sosial.<sup>1</sup>

Perilaku menurut Notoatmojo merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Perilaku merupakan respon / reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya. Sedangkan menurut Wawan, Perilaku merupakan suatu tindakan yang dapat diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak. Perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi.<sup>2</sup> Dari dua pendapat diatas, dapat penulis simpulkan perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi antara

<sup>1</sup>Rusmin Tumanggor, dkk, *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*, hal. 56-57.

<sup>2</sup>Siti Halimah, *perilaku tenaga kerja wanita (tkw) dalam mengatasi kecemasan di pjtki*, catur utama karya ponorogo, thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2018 hal 10

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan.

Majunya Pembangunan Nasional Indonesia diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi. Adanya kemajuan ini secara nyata menyebabkan hasrat konsumtif dan daya beli juga bertambah. Kondisi tersebut membawa kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah semakin mewah dan berlebihan. Pola konsumsi seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang berbeda-beda. Menurut Astuti & Puspitawati, hampir tidak ada golongan yang luput dari hal tersebut. Kondisi ini dapat dicermati dengan semakin banyaknya tempat-tempat per-belanjaan yang disebut dengan supermarket atau mall. Kondisi ini pada gilirannya menimbulkan apa yang disebut dengan budaya konsumen atau lebih dikenal sebagai konsumtif. Budaya konsumtif tersebut membentuk seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif.<sup>3</sup>

Sembiring memperjelas bahwa orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, melainkan mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang itu. Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah. Tambunan menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk

<sup>3</sup> N. Fitriyani, P. Widodo, N. Fauziah, *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang*, *Jurnal Psikologi*, vol. 12, no. 1, 2013. Hal 55-56



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.<sup>4</sup> Berdasarkan dua pendapat diatas, dapat penulis simpulkan perilaku konsumtif adalah perilaku berkonsumsi boros dan berlebihan, keinginan untuk membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, hanya untuk mendapatkan kepuasan secara maksimal.

Dalam Islam menganjurkan agar tidak berlaku boros atau berperilaku konsumtif, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Isra<sup>17</sup>/17:27 yang berbunyi<sup>5</sup> :

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “*Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya*”

Menurut M. Quraish Shihab dalam bukunya yang berjudul “Tafsir Al-Misbah” beliau menafsirkan surah Al-Isra<sup>17</sup> ayat 27 yaitu sesungguhnya para pemboros, yakni yang menghamburkan harta bukan pada tempatnya, adalah saudara-saudara, yakni sifat-sifatnya sama dengan sifat-sifat setan, sedang setan terhadap Tuhannya adalah sangat ingkar. Sebab orang-orang yang menghambur- hamburkan harta secara berlebihan (boros) adalah saudara- saudara setan. Mereka menerima godaan manakala setan-setan memperdaya mereka agar terjerumus dalam kerusakan dan membelanjakan harta secara tidak benar. Kebiasaan setan adalah selalu kufur terhadap nikmat Tuhan. Demikian pula kawannya, akan sama seperti sifat setan.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Ibid, hal 56

<sup>5</sup> Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: PT. Karya Toha Pura Semarang, 2002), hal 284

<sup>6</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Cet. I; Jakarta: Lentera Hati: 2009), hal 72.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

Pola hidup konsumtivisme menyebabkan masyarakat sering membeli barang tanpa disertai pertimbangan dan hanya mengikuti dorongan emosional belaka. Proses pembelian tersebut merupakan pembelian impulsif. Rook & Gardner mendefinisikan pembelian impulsif sebagai tindakan yang tanpa pertimbangan, dan disertai dengan respon emosi yang kuat. Gasiorowska menjelaskan secara lebih terperinci bahwa pembelian impulsif adalah pembelian yang tidak reflektif, sebenarnya tidak diharapkan, terjadi secara spontan, diiringi dengan munculnya keinginan yang mendadak untuk membeli produk-produk tertentu, dan dimanifestasikan dalam sebuah reaksi terhadap suatu stimulus dari produk.<sup>7</sup>

Dari dua pendapat diatas, dapat penulis simpulkan *impulsive buying* adalah pembelian tanpa pertimbangan, terjadi secara spontan diiringi dengan munculnya keinginan yang timbul secara tiba-tiba dan diikuti oleh emosi yang kuat.

Menurut Ningsih & Bawono, Para remaja cenderung selalu ingin memiliki barang-barang tersebut dan berlebihan dalam membeli atau mengonsumsi. Sikap atau perilaku remaja yang mengonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut perilaku konsumtif.<sup>8</sup> *Impulse buying* didefinisikan sebagai suatu perilaku pembelian yang tidak terencana dan spontan, yang dilakukan langsung ditempat, diikuti oleh keinginan kuat dan perasaan nikmat dan senang. Lebih lanjut Verplanken dan Herabadi,

<sup>7</sup>Paulus Henrietta, *impulsive buying pada dewasa awal di Yogyakarta*, Vol 11, No 2 .2012

<sup>8</sup>R. A. Adinah Suryati Ningsih, Yudho Bawono, *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Pada Produk X Dengan Citra Diri Remaja Putri*, Jurnal Mediapsi, Vol. 2, No. 1, 2016 hal 46

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

menjelaskan *impulse buying* terdiri dari 2 (dua) elemen, yaitu: elemen kognisi, dalam hal kurangnya perencanaan dan pertimbangan serta elemen emosi dalam hal adanya perasaan nikmat dan senang.<sup>9</sup>

Rook dan Hooch menyatakan bahwa yang membedakan antara perilaku konsumen impulsif dan yang tidak impulsif adalah mengacu pada 5 elemen penting yang berlaku sebagai suatu alur proses, antara lain:

1. Adanya dorongan keinginan yang mendadak, spontan dan kuat untuk membeli sesuatu,
2. Terjadi ketidakseimbangan psikologis, dalam tahapan ini seseorang merasa tidak dapat melakukan kontrol perilaku secara temporer,
3. Terjadi konflik psikologis,
4. Mengurangi evaluasi secara kognitif,
5. Mengabaikan konsekuensi.<sup>10</sup>

Dari dua definisi diatas, maka penulis menyimpulkan perilaku konsumtif *impulsive buying* adalah perilaku mengkonsumsi suatu barang secara berlebihan, dimana pembelian barang-barang tersebut terjadi secara spontan dan tidak terencana sebelumnya, hanya keinginan sesaat saja tanpa mempertimbangkan dampaknya.

Jurusan Pendidikan Ekonomi adalah salah satu jurusan yang ada di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Jurusan ini termasuk jurusan favorit yang ada di Fakultas

<sup>9</sup>Lisa Widawati, *Analisis Perilaku "Impulse Buying" dan "Locus of Control" pada Konsumen di Carrefour Bandung*, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Vol. XXVII, No. 2, 2011 hal 126

<sup>10</sup>Aprilia Eka Sari, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan*, Jurnal Sains Perilaku Indonesia, Vol XIII, No. 1, 2014, hal 58

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tarbiyah dan Keguruan yang beralamat di jalan H.R. Soebrantas No. 155 KM.15 Simpang Baru Panam Pekanbaru.

Berdasarkan pengamatan yang penulis temukan pada mahasiswa pendidikan ekonomi, ada mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif *impulsive buying*, tapi hanya sedikit. Contoh perilaku konsumtif *impulsive buying* yang ada di jurusan pendidikan ekonomi misalnya memodifikasi kendaraan bermotornya dan dibawa ke kampus supaya bisa dilihat oleh teman-temannya. Contohnya misalnya mengganti velg standard motornya menjadi velg jari-jari, mengganti knalpot motor, mengganti lampu utama motor dan sebagainya. Itu merupakan salah satu contoh perilaku konsumtif *impulsive buying*, dimana membeli barang atas dasar keinginan, bukan kebutuhan.

Contoh yang lain misalnya *outfit* atau dalam bahasa Indonesia nya adalah *style* pakaian. Dimana rata-rata mahasiswa memakai pakaian rapi yaitu kemeja dan celana serta sepatu. Ada mahasiswa yang memakai sepatu yang beragam dan dengan harga yang bisa di bilang cukup mahal dengan bandrol diatas 1 juta bahkan bisa mencapai 2-3 juta. Contohnya saja ada mahasiswa yang memakai Nike Air Max 1 dan Air Force 1, dimana sepatu tersebut dibandrol dengan harga masing-masing 1,2 juta dan 1,6 juta rupiah. Bisa dikatakan beberapa mahasiswa tersebut membeli sepatu bukan karena kegunaannya, tapi lebih kepada keinginan, model, trend, dan sebagainya.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan di Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau,





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

terlihat bahwa mahasiswa yang berkuliah memiliki perilaku konsumtif *Impulsive Buying*, hal ini bisa kita lihat:

1. Masih Banyak Mahasiswa yang sebelum akhir bulan tapi sudah kehabisan uang jajan yang sudah diberikan oleh orangtua nya.
2. Masih banyak mahasiswa yang sudah diberikan uang oleh orangtua nya untuk membeli buku, tapi tidak digunakan untuk membeli buku, justru membeli yang bukan untuk keperluan perkuliahan

Berdasarkan uraian latar belakang dan gejala-gejala yang telah dipaparkan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”**

#### B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini, maka perlu adanya penegasan istilah, oleh sebab itu penulis akan mengemukakan istilah-istilah yang ada pada judul penelitian ini, sebagai berikut:

##### 1. Perilaku

Chaplin memberikan pengertian perilaku sebagai segala sesuatu yang dialami oleh individu meliputi reaksi yang diamati<sup>11</sup>

<sup>11</sup>J.P. Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi*, Alih Bahasa Oleh Kartono, K Jakarta: Rajawali Press, 2009

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono di dalam bukunya, perilaku konsumtif adalah suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari merek yang berbeda, atau dapat diartikan membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Intinya perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk perilaku membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan, seseorang menjadi lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) dari pada kebutuhan (*need*) dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan material semata.<sup>12</sup>

## 3. Impulsive buying

Rook & Gardner mendefinisikan pembelian impulsif sebagai tindakan yang tanpa pertimbangan, dan disertai dengan respon emosi yang kuat. Verplanken dan Herabadi secara khusus menyebutkan beberapa faktor yang dapat memicu pembelian impulsif. Faktor-faktor tersebut adalah lingkungan pemasaran (tampilan dan penawaran produk), variabel situasional (ketersediaan waktu dan uang), dan variabel personal (mood, identitas diri, kepribadian, dan pengalaman pendidikan).<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan*, (Bandung : Alfabeta), 2002, hal. 117.

<sup>13</sup> B. Verplanken & A. Herabadi, *Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking*. *European Journal Of Personality*. Vol 15, 2001, hal 12



## © Hak cipta milik UIN Suska Riau C. Permasalahan

### 1. Fokus Masalah

Pada penelitian ini penulis memfokuskan pada analisis perilaku konsumtif *impulsive buying* pada mahasiswa angkatan 2017 pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

### 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan focus masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimanakah perilaku konsumtif *impulsive buying* mahasiswa angkatan 2017 pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau?”

## D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* Mahasiswa angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

### 2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk:

#### a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan tentang perilaku konsumtif *impulsive buying*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Bagi Dosen

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk dosen tentang perilaku konsumtif *impulsive buying*

- c. Bagi Jurusan

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan evaluasi mengenai perilaku konsumtif *impulsive buying*. Penelitian diharapkan bermanfaat agar dapat mengetahui sisi negatif dari Perilaku Konsumtif.

- d. Peneliti

Sebagai sarana untuk mendapatkan gelar sarjana di Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan juga sebagai sumbangan pengetahuan bagi dunia pendidikan.

- e. Peneliti lain

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk bahan masukan, pertimbangan, informasi dan ilmu tambahan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis sehingga dapat menjadi acuan dalam penyempurnaan penelitian sejenis



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Konsep Teoretis

##### 1. Perilaku

###### a. Pengertian Perilaku

Perilaku menurut Notoatmojo merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Perilaku merupakan respon / reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya .Sedangkan menurut Wawan Perilaku merupakan suatu tindakan yang dapat diamati dan mempunyai frekuensi spesifik, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak.Perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi.<sup>14</sup> Dari dua pendapat diatas, dapat penulis simpulkan perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi antara manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan.

###### b. Bentuk-bentuk Perilaku

Menurut Notoatmodjo, dilihat dari bentuk respons terhadap stimulus, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua :

<sup>14</sup>Siti Halimah, *perilaku tenaga kerja wanita (tkw) dalam mengatasi kecemasan di pjtki* catur utama karya ponorogo, thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2018 hal 10

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Bentuk pasif / Perilaku tertutup (*covert behavior*)

Respons seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respons atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran dan sikap yang terjadi pada seseorang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

2) Perilaku terbuka (*overt behavior*)

Respons terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktik, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat orang lain.<sup>15</sup>

**c. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku**

Faktor yang dapat mempengaruhi perilaku menurut Sunaryo dalam Hariyanti dibagi menjadi 2 yaitu :

1) Faktor Genetik atau Faktor Endogen

Faktor genetik atau faktor keturunan merupakan konsep dasar atau modal untuk kelanjutan perkembangan perilaku makhluk hidup itu. Faktor genetik berasal dari dalam individu (endogen), antara lain:

a) Jenis Ras

Semua ras di dunia memiliki perilaku yang spesifik, saling berbeda dengan yang lainnya, ketiga kelompok terbesar yaitu ras kulit putih (Kaukasia), ras kulit hitam (Negroid) dan ras kulit kuning (Mongoloid).

---

<sup>15</sup>Ibid, hal 12



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### b) Jenis Kelamin

Perbedaan perilaku pria dan wanita dapat dilihat dari cara berpakaian dan melakukan pekerjaan sehari-hari, pria berperilaku berdasarkan pertimbangan rasional. Sedangkan wanita berperilaku berdasarkan emosional.

#### c) Sifat Fisik

Perilaku individu akan berbeda-beda karena sifat fisiknya.

#### d) Sifat Kepribadian

Perilaku individu merupakan manifestasi dari kepribadian yang dimilikinya sebagai pengaduan antara faktor genetik dan lingkungan. Perilaku manusia tidak ada yang sama karena adanya perbedaan kepribadian yang dimiliki individu.

#### e) Bakat Pembawaan

Bakat menurut Notoatmodjo dikutip dari William B. Micheel adalah kemampuan individu untuk melakukan sesuatu lebih sedikit sekali bergantung pada latihan mengenai hal tersebut.

#### f) Intelegensi

Intelegensi sangat berpengaruh terhadap perilaku individu, oleh karena itu kita kenal ada individu yang intelegensi tinggi yaitu individu yang dalam pengambilan keputusan dapat bertindak tepat, cepat dan mudah. Sedangkan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

individu yang memiliki intelegensi rendah dalam pengambilan keputusan akan bertindak lambat.

#### 2) Faktor Eksogen atau Faktor Dari Luar Individu

Faktor yang berasal dari luar individu antara lain:

##### a) Faktor Lingkungan

Lingkungan disini menyangkut segala sesuatu yang ada disekitar individu. Lingkungan sangat berpengaruh terhadap individu karena lingkungan merupakan lahan untuk perkembangan perilaku. Menurut Notoatmodjo, perilaku itu dibentuk melalui suatu proses dalam interaksi manusia dengan lingkungan.

##### (1) Usia

Menurut Sarwono, usia adalah faktor terpenting juga dalam menentukan sikap individu, sehingga dalam keadaan diatas responden akan cenderung mempunyai perilaku yang positif dibandingkan umur yang dibawahnya. Menurut Hurlock, masa dewasa dibagi menjadi 3 periode yaitu masa dewasa awal (18-40 tahun), masa dewasa madya (41-60 tahun) dan masa dewasa akhir (>61 tahun). Menurut Santrock dalam Apritasari, orang dewasa muda termasuk masa transisi, baik secara fisik, transisi secara intelektual, serta transisi peran sosial. Perkembangan sosial masa dewasa

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

awal adalah puncak dari perkembangan sosial masa dewasa.

#### (2) Pendidikan

Kegiatan pendidikan formal maupun informal berfokus pada proses belajar dengan tujuan agar terjadi perubahan perilaku, yaitu dari tidak tahu menjadi tahu, dari tidak mengerti menjadi mengerti dan tidak dapat menjadi dapat. Menurut Notoatmodjo, pendidikan mempengaruhi perilaku manusia, beliau juga mengatakan bahwa apabila penerimaan perilaku baru didasari oleh pengetahuan, kesadaran, sikap positif maka perilaku tersebut akan bersifat langgeng. Dengan demikian semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang maka semakin tepat dalam menentukan perilaku serta semakin cepat pula untuk mencapai tujuan meningkatkan derajat kesehatan.

#### (3) Pekerjaan

Bekerja adalah salah satu jalan yang dapat digunakan manusia dalam menemukan makna hidupnya. Dalam berkarya manusia menemukan sesuatu serta mendapatkan penghargaan dan pencapaian pemenuhan diri menurut Azwar. Sedangkan menurut Nursalam pekerjaan umumnya merupakan kegiatan yang menyita waktu dan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kadang cenderung menyebabkan seseorang lupa akan kepentingan kesehatan diri.

(4) Agama

Agama sebagai suatu keyakinan hidup yang masuk dalam konstruksi kepribadian seseorang sangat berpengaruh dalam cara berpikir, bersikap, bereaksi dan berperilaku individu.

(5) Sosial Ekonomi

Lingkungan yang berpengaruh terhadap perilaku seseorang adalah lingkungan sosial, lingkungan sosial dapat menyangkut sosial. Menurut Nasirotn status sosial ekonomi adalah posisi dan kedudukan seseorang di masyarakat berhubungan dengan pendidikan, jumlah pendapatan dan kekayaan serta fasilitas yang dimiliki. Menurut Sukirno pendapatan merupakan hasil yang diperoleh penduduk atas kerjanya dalam satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan atau tahunan. Pendapatan merupakan dasar dari kemiskinan. Pendapatan setiap individu diperoleh dari hasil kerjanya. Sehingga rendah tingginya pendapatan digunakan sebagai pedoman kerja. Mereka yang memiliki pekerjaan dengan gaji yang rendah cenderung tidak maksimal dalam memproduksi. Sedangkan masyarakat yang memiliki gaji tinggi memiliki

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

motivasi khusus untuk bekerja dan produktivitas kerja mereka lebih baik dan maksimal.

#### (6) Kebudayaan

Kebudayaan diartikan sebagai kesenian, adat-istiadat atau peradaban manusia, dimana hasil kebudayaan manusia akan mempengaruhi perilaku manusia itu sendiri.<sup>16</sup>

Dari uraian diatas, dapat penulis simpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku dibagi menjadi dua, yaitu faktor genetic atau Endogen, yang terdiri dari jenis ras, jenis kelamin, sifat fisik, kepribadian, bakat pembawaan, dan intelegensi, dan faktor dari luar individu atau Eksogen, yang terdiri dari usia, pendidikan, pekerjaan, agama, sosial ekonomi, dan kebudayaan.

#### 2. Perilaku Konsumtif

##### a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif sering kali dikaitkan dengan aktivitas mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Konsumsi secara berlebihan ini menurut Veblen mengacu pada perilaku konsumen yang membeli barang-barang mahal untuk menunjukkan kekayaan dan status sosial, bukan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya. Definisi menurut Veblen ini dikenal dengan istilah *conspicuous consumption* atau konsumsi berlebihan.<sup>17</sup>

<sup>16</sup>Ibid hal 14-18

<sup>17</sup>Eva Suminar, Tatik Meiyuntari, *Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja*, Persona, Jurnal Psikologi Indonesia, 2015 Vol.4, No.02, hal 147



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Belk, Eastman dkk. dalam Shukla dan Sharma mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku konsumen dalam mencari dan membeli barang dan jasa yang dapat menghasilkan status sosial serta *prestige* dengan mengabaikan penghasilan maupun kelas sosial mereka yang sebenarnya.<sup>18</sup> Dari dua pendapat ahli diatas, dapat penulis simpulkan perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan untuk menunjukkan kekayaan dan status sosial serta *prestige* dan mengabaikan penghasilan, kelas sosial yang sebenarnya, bukan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri.

Fromm mengatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.<sup>19</sup>

Sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Di jumpai juga gejala sosiopsikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada

<sup>18</sup> *Ibid*,

<sup>19</sup> Uswatun Hasanah, *Hubungan Antara Interaksi Teman Sebaya dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2007 hal



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

motivasi lain. Konsumtifisme jenis ini cukup banyak contohnya, misalnya berbagai produk dengan merk terkenal sangat disukai meskipun mahal, seperti kemeja “Arrow atau tas Gucci”. Produk bukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi lebih berfungsi sebagai lambang yang disebut “Simbol Status”.<sup>20</sup>

#### b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Bila berbicara tentang perilaku konsumtif, maka tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian. Sigit dalam Lestari, ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah situasi-situasi yang tidak terduga. Perilaku konsumtif menurut Kotler dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu:<sup>21</sup>

##### a. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Faktor budaya antara lain terdiri dari:

##### 1) Peran budaya.

Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga-lembaga penting lain.

<sup>20</sup>*Ibid*, hal 10-11

<sup>21</sup>Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13  
Jakarta: Erlangga, 2009, hal. 173-174

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 2) Sub budaya.

Setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

#### 3) Kelas sosial pembeli.

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Strata tersebut biasanya terbentuk system kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

#### b. Faktor Sosial

Sebagai tambahan atas faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial antara lain:

##### 1) Kelompok Acuan

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurang-kurangnya dalam tiga hal. Kelompok acuan menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merk actual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbeda-beda, pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabot dan pakaian.

2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Dari orang tua individu mendapatkan orientasi atas agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri, dan cinta, meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

3) Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan mempengaruhi beberapa perilaku pembelian. Setiap peran memiliki status. Individu memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik pribadi tersebut terdiri dari:



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Tahap siklus hidup, situasi keuangan dan minat produk berbeda-beda dalam masing-masing kelompok. Pemasar sering memilih kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sebagai sasaran mereka, beberapa peneliti baru telah mengidentifikasi tahap siklus hidup psikologis. Orang dewasa mengalami “perjalanan dan transformasi” sepanjang perjalanan hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada situasi hidupnya. Pemasar memberikan perhatian yang besar pada situasi hidup yang berubah, bercerai dan dampak mereka terhadap perilaku konsumtif.

2) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Pekerja kerah biru akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya untuk kelompok pekerjaan tertentu.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Keadaan Ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva (presentase yang lancar atau likuid), hutang, kemampuan untuk meminjam dan sikap atas belanja dan menabung. Pemasar barang-barang yang peka terhadap harga terus memperhatikan trend penghasilan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga. jika indikator ekonomi menandakan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, melakukan penempatan ulang, dan menetapkan kembali harga produk sehingga mereka dapat terus menawarkan nilai pada pelanggan sasaran.

4) Gaya Hidup

Orang-orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang”, yang berinteraksi dengan lingkungannya. Pemasar mencari hubungan antara produk dan gaya hidup kelompok. Misalnya sebuah pabrik computer menemukan sebagian besar pembeli komputer berorientasi pada prestasi, sehingga pemasar dapat

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengarahkan merk pada gaya hidup achiever. *Copywriter* iklan kemudian dapat menggunakan kata-kata dan symbol yang menarik bagi achiever.

#### 5) Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelian. Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti percaya diri, dominasi otonomi, ketaatan, kemampuan bersosialisasi, daya tahan, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian dapat menjadi variabel yang berguna dalam menganalisa perilaku konsumen. Jika jenis kepribadian dengan pilihan produk atau merk yang berkaitan dengan kepribadian adalah konsep diri (citra pribadi) seseorang. Pemasar berusaha mengembangkan citra merk yang sesuai dengan citra pribadi sasaran

Dari uraian diatas, dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada tiga, yaitu faktor budaya, terdiri dari peran budaya, sub budaya, kelas sosial pembeli, kemudian faktor sosial, yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status, serta faktor pribadi yang terdiri usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep diri.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. *Impulsive Buying*

Goldenson menjelaskan bahwa definisi umum suatu dorongan psikologis (*psychological impulse*) seseorang adalah sebuah ‘kekuatan’, desakan yang tak tertahankan, serta munculnya kecenderungan secara tiba-tiba untuk melakukan sesuatu tanpa adanya pertimbangan sebelumnya. Goldenson menjelaskan juga bahwa dorongan yang kuat tersebut kemungkinan akan sulit untuk dilawan, karena seseorang seringkali sulit mencegah pengalaman yang dianggap menyenangkan bagi mereka.<sup>22</sup>

Gasiorowska mendefinisikan pembelian impulsif sebagai pembelian yang tidak reflektif, sebenarnya tidak diharapkan, terjadi secara spontan, diiringi dengan munculnya keinginan yang mendadak untuk membeli produk-produk tertentu, dan dimanifestasikan dalam sebuah reaksi terhadap suatu stimulus dari produk.<sup>23</sup>

Gasiorowska menambahkan bahwa dalam hal ini, konsumen distimulasi oleh kedekatan secara fisik dari hasrat sebuah produk dan reaksinya terhadap stimulus bisa dikaitkan dengan kontrol intelektual yang rendah (kurangnya evaluasi yang didasarkan pada kriteria keperluan, berkurangnya alasan untuk membeli, kurangnya evaluasi terhadap konsekuensi yang mungkin ditimbulkan, munculnya kepuasan yang datang secara tiba-tiba sebagai penundaan datangnya kekecewaan) serta aktivasi emosional yang tinggi (kegembiraan dan stimulasi yang disebabkan oleh

<sup>22</sup>Paulus Henrietta, *impulsive buying pada dewasa awal di yogyakarta*, Vol 11, No 2, 2012

<sup>23</sup>*Ibid*,



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk atau oleh situasi atau proses membeli).<sup>24</sup> Dari dua pendapat ahli diatas, dapat penulis simpulkan bahwa *impulsive buying* adalah salah satu perilaku konsumtif yang tidak terencana, kecenderungan secara tiba-tiba tanpa ada pertimbangan sebelumnya, tidak diharapkan, terjadi secara spontan, terjadi secara mendadak untuk membeli suatu produk.

Hal tersebut senada dengan pernyataan Rook yang mengemukakan bahwa pembelian impulsif lebih mengutamakan emosional daripada rasional. Konsumen yang sering melakukan pembelian secara impulsif (*highly impulsive buyers*) memiliki kecenderungan *unreflective* dalam pemikirannya, memiliki ketertarikan secara emosional pada suatu objek, menginginkan kepuasan segera dan disertai dengan gerakan cepat serta menggemari pengalaman spontan ketika melakukan pembelian, yang ditunjukkan dengan adanya daftar belanja yang bersifat terbuka sehingga menyebabkan terjadinya pembelian barang tidak terduga yang didominasi oleh emosi.<sup>25</sup>

Verplanken & Herabadi mengemukakan *Impulsive Buying* dapat dilihat dan diukur dari 2 aspek pembelian impulsif, yakni aspek kognitif dan aspek afektif.<sup>26</sup>

#### a. Aspek kognitif

Aspek kognitif yang dimaksudkan adalah kekurangan pada unsur pertimbangan dan unsur perencanaan dalam pembelian yang dilakukan. Hal ini didasari oleh pernyataan Verplanken & Aarts

<sup>24</sup>*Ibid,*

<sup>25</sup>*Ibid,*

<sup>26</sup>*Ibid,*

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(dalam Verplanken & Herabadi, 2001) bahwa pembayaran yang dilakukan mungkin tidak direncanakan atau dipertimbangkan dengan matang untuk berbagai macam alasan, misalnya ketika pembayaran tak terencana tampak tak direncanakan dalam waktu yang panjang atau dalam kasus pengulangan pembayaran atau kebiasaan pembayaran.

#### b. Aspek afektif

Aspek afektif meliputi dorongan emosional yang secara serentak meliputi perasaan senang dan gembira setelah membeli tanpa perencanaan lebih lanjut menambahkan, setelah itu juga.

Bayley dan Nancarrow dalam Aprilia Eka Sari mengelompokkan pembelian impulsive menjadi empat indicator :

- a. Pembelian spontan, merupakan keadaan dimana pelanggan seringkali membeli sesuatu tanpa direncanakan terlebih dahulu.
- b. Pembelian tanpa berpikir akibat, merupakan keadaan dimana pelanggan sering melakukan pembelian tanpa memikirkan terlebih dahulu mengenai akibat dari pembelian yang dilakukan.
- c. Pembelian terburu-buru, merupakan keadaan dimana pelanggan seringkali merasa bahwa terlalu terburu-buru dalam membeli sesuatu.
- d. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional, adalah penilaian pelanggan dimana pelanggan melakukan kegiatan berbelanja dipengaruhi oleh keadaan emosional yang dirasakan.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> Aprilia Eka Sari, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan, belian Spontan Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume XIII, No. 1, Mei 2014, hal. 58



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Utami dalam Fitria Antin Almaidah, pembelian spontan merupakan perilaku pembelian yang terjadi saat konsumen tiba-tiba mengalami keinginan yang kuat dan kukuh untuk membeli sesuatu secepatnya.<sup>28</sup> Menurut Rook dan Fisher dalam M.Qibtiyah, pembelian impulsif (*impulsive buying*) memiliki beberapa aspek, salah satu nya yaitu:

a. Kegairahan dan stimulasi

Adanya desakan secara mendadak untuk membeli barang dan disertai dengan emosi yang dicirikan sebagai menggairahkan, menggetarkan atau liar.

b. Ketidakpedulian akan akibat

Desakan untuk membeli barang menjadi sulit untuk ditolak sehingga akibat negatif sering diabaikan.<sup>29</sup>

Rook dan Hooch dalam Aprilia Eka Sari menyatakan bahwa yang membedakan antara perilaku konsumen impulsif dan yang tidak impulsif adalah mengacu pada elemen penting yang berlaku sebagai suatu alur proses, antara lain:

a. Adanya dorongan keinginan yang mendadak, spontan dan kuat untuk membeli sesuatu.

<sup>28</sup>Fitria Antin Almaidah, Pembelian Spontan Konsumen Sebagai Akibat Dari *Visual Merchandising* Gaya hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan *Miniso* Lippo Plaza Jember, Skripsi, Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Jember, 2019, hal 2

<sup>29</sup>M. Qibtiyah, *Pengaruh loneliness terhadap impulsive buying produk fashion pada mahasiswa konsumen online shop*. Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. 2015 hal 22

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Terjadi ketidakseimbangan psikologis, dalam tahapan ini seseorang merasa tidak dapat melakukan kontrol perilaku secara temporer.
- c. Terjadi konflik psikologis.
- d. Mengurangi evaluasi secara kognitif.
- e. Mengabaikan konsekuensi.<sup>30</sup>

**B. Penelitian Relevan**

Penelitian relelvan adalah penelitian sejenis yang telah dan pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga dapat dijadikan acuan dalam penelitian yang dilakukan penulis, diantaranya adalah :

1. Hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsive pada remaja, oleh Artledia Sihotang, tahun 2009

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif pada remaja di SMP Negeri 21 Semarang. Sampel untuk penelitian berjumlah 165 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik stratified cluster random sampling. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan dua skala, yaitu : skala pembelian impulsif pada remaja dan skala konformitas terhadap kelompok teman sebaya. Skala pembelian impulsif terdiri dari 21 aitem dengan  $\alpha = 0,898$ , dan skala konformitas terhadap kelompok teman sebaya terdiri dari 35 aitem dengan  $\alpha = 0,931$ .

Analisis data yang digunakan adalah uji statistik dengan teknik analisis regresi sederhana. Hasil analisis tersebut menunjukkan adanya

---

<sup>30</sup>*Ibid.*, hal. 58



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hubungan positif dan signifikan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif pada remaja ( $r_{xy} = 0,189$ ,  $p = 0,008$  /  $p < 0,05$ ). Semakin positif konformitas terhadap kelompok teman sebaya maka semakin tinggi pembelian impulsif pada remaja, sebaliknya semakin negatif konformitas terhadap kelompok teman sebaya akan semakin rendah pembelian impulsif pada remaja. Sumbangan efektif konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif sebesar 3,6%, sehingga 96,4% pembelian impulsif pada remaja dipengaruhi oleh konformitas terhadap kelompok teman sebaya.<sup>31</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Artledia Sihotang dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah kedua penelitian ini mempunyai kesamaan pada variabel yaitu *impulsive buying*. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Artledia Sihotang dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada target penelitian yaitu siswa SMP Negeri 21 Semarang, sementara target penelitian penulis yaitu mahasiswa angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Analisis Perilaku “*Impulse Buying*” dan “*Locus of Control*” pada Konsumen di Carrefour Bandung, oleh Lisa Widawati Tahun 2011.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh simpulan, bahwa secara umum, konsumen pengguna kartu belanja ataupun kartu kredit di Carrefour masih menunjukkan perilaku *Impulse Buying* yang rendah

<sup>31</sup> Artledia Sihotang, *Hubungan Antara Konformitas Terhadap Kelompok Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja*, Ringkasan, Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang, 2009

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan disertai Locus Of Control Internal, meski demikian masih besar pula proporsi konsumen yang memiliki Impulse Buying tinggi dengan disertai Locus Of Control Eksternal. Selain itu kedua variabel tersebut memiliki keterkaitan yang cukup erat. Sedangkan berdasarkan data demografi, dapat disimpulkan bahwa konsumen dengan segmen impulse buying tinggi paling banyak memiliki karakteristik: berusia di atas 42 tahun, berjenis kelamin wanita, telah menikah, dengan status sosial ekonomi tinggi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah Pencegahan perilaku impulse buying dapat dilakukan sejak dini, dimulai dari sosialisasi secara intensif mengenai dampak negatifnya. Pada konsumen dengan Impulse Buying tinggi dan Locus of control eksternal dapat diberikan saran agar selalu membuat/merancang daftar belanja terlebih dahulu dengan melibatkan lingkungan terdekat sebagai pengendali.<sup>32</sup>

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Lisa Widawati dengan penelitian penulis adalah kesamaan pada variabel *impulsive buying*. Perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Lisa Widawati dengan penelitian penulis terletak pada target penelitian yaitu para konsumen di Carrefour Bandung, sedangkan target penelitian penulis adalah mahasiswa angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

<sup>32</sup>Lisa Widawati, *Analisis Perilaku "Impulse Buying" dan "Locus of Control" pada Konsumen di Carrefour Bandung*, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Vol. XXVII, No. 2 Desember 2011 hal 131

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Analisis Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Hedonic Shopping Motives Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Pembelian Secara Online, oleh Revalia Luthfiana, Tahun 2014

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis yang pernah melakukan pembelian secara online. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan hedonic shopping motives yang mempengaruhi impulse buying dalam pembelian secara online. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan kuisioner terhadap 100 orang responden yang diambil secara purposive sampling, yang bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel.<sup>33</sup>

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Revalia Luthfiana dengan penelitian penulis adalah kesamaan variable yaitu *impulsive buying*. Perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Revalia Luthfiana dengan penelitian penulis terletak pada target penelitian yaitu pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, sedangkan target penelitian penulis yaitu mahasiswa angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

<sup>33</sup> Revalia Luthfiana, *Analisis Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Hedonic Shopping Motives Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Pembelian Secara Online*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, 2014



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan konsep yang digunakan dalam rangka memberi batasan terhadap kerangka teoritis, fokus penelitian diperlukan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam penelitian. Penelitian ini terdiri dari satu variabel yaitu analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* di Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Indikator-indikator yang menjadi fokus penelitian ini adalah :

1. Pembelian spontan, merupakan keadaan dimana pelanggan seringkali membeli sesuatu tanpa direncanakan terlebih dahulu.
  - a. Mahasiswa membeli sesuatu tanpa ada perencanaan
  - b. Mahasiswa membeli sesuatu barang secara spontanitas tanpa ada suatu pertimbangan
2. Pembelian tanpa berpikir akibat, merupakan keadaan dimana pelanggan sering melakukan pembelian tanpa memikirkan terlebih dahulu mengenai akibat dari pembelian yang dilakukan.
  - a. Mahasiswa membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang yang akan dibeli
  - b. Mahasiswa membeli suatu barang tanpa memikirkan akibat dari pembelian barang yang dilakukan.
3. Pembelian terburu-buru, merupakan keadaan dimana pelanggan seringkali merasa bahwa terlalu terburu-buru dalam membeli sesuatu.
  - a. Mahasiswa merasa tidak puas setelah membeli barang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Mahasiswa merasa terburu-buru terhadap pilihan barang yang telah dibelinya.
4. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional, adalah penilaian pelanggan dimana pelanggan melakukan kegiatan berbelanja dipengaruhi oleh keadaan emosional yang dirasakan.
  - a. Mahasiswa melakukan pembelian demi memuaskan keinginan untuk mendapatkan barang yang disukainya
  - b. Mahasiswa merasa puas ketika telah membeli barang yang diinginkan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan atau menjelaskan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu. Dengan kata lain, pada penelitian deskriptif peneliti hendak menggambarkan suatu gejala (fenomena), atau sifat asli tertentu; tidak untuk mencari atau menerangkan keterkaitan antar variabel. Penelitian deskriptif hanya melukiskan atau menggambarkan apa adanya.<sup>34</sup>

#### B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan data dan analisis data yang relevan diperoleh dari situasi alamiah.<sup>35</sup>

#### C. Waktu dan Tempat Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang beralamat di jalan H.R Soebrantas

<sup>34</sup>Wina Sanjaya, *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur*, Jakarta: Kencana, 2003, hal. 45

<sup>35</sup>Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011, hal. 25



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

No.155 KM.15 Simpang Baru Panam Pekanbaru yang dilaksanakan pada bulan Juli 2020.

### D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sedangkan yang menjadi objek pada penelitian ini adalah Analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* Mahasiswa Angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

### E. Informan Penelitian

Penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan kepopulasi, tetapi ditransferkan ketempat lain pada situasi yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber atau partisipasi informan.<sup>36</sup>

Informan penelitian ini yaitu, informan kunci (key informan) mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian.<sup>37</sup> Informan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa mahasiswa

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017, hal. 216

<sup>37</sup> Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015, hal. 172

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN SUSKA Riau angkatan tahun 2017 dengan data mahasiswa sebagai berikut:

No	Lokal	Jumlah Mahasiswa
1	A	35
2	B	33
3	C	30
Jumlah		98

Dalam proses penentuan sampel penelitian kualitatif, berapa besar sampel tidak dapat ditentukan sebelumnya. Dalam sampel purposif besar sampel ditentukan oleh pertimbangan informasi. Seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba bahwa: *"If the purpose is to maximize information, then sampling is terminated when no information is forthcoming from newly sampled unit; thus redundancy is the primary criterion"*. Pernyataan ini memberikan arti bahwa penentuan unit sampel (responden) dianggap telah memadai apabila telah sampai kepada taraf *"redundancy"* (ketuntasan atau kejenuhan), artinya bahwa dengan menggunakan responden selanjutnya boleh dikatakan tidak lagi diperoleh tambahan informasi baru yang berarti. Nasution menjelaskan bahwa penentuan unit sampel (responden) dianggap telah memadai apabila telah sampai kepada taraf *"redundancy"* (ketuntasan atau kejenuhan), artinya bahwa dengan menggunakan responden selanjutnya boleh dikatakan tidak lagi diperoleh tambahan informasi baru yang berarti. Penetapan responden bukan ditentukan oleh pemikiran bahwa responden harus





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mewakili populasi, melainkan responden itu harus dapat memberikan informasi yang diperlukan.<sup>38</sup>

Oleh karena itu sesuai dengan fokus dari penelitian ini, subjek yang akan dijadikan informan kunci yaitu mahasiswa angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah segala peralatan yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi dari para responden dengan pola pengukuran yang sama. Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Wawancara berarti melakukan interaksi komunikasi atau percakapan antara pewawancara dan terwawancara dengan maksud menghimpun informasi dari terwawancara yang pada penelitian kualitatif adalah informan yang dari padanya pengetahuan dan pemahaman diperoleh.<sup>39</sup> Peneliti dalam penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur untuk memperoleh data yang terkait perilaku konsumtif *impulsive buying* mahasiswa Angkatan 2017 Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

<sup>38</sup> Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011, hal 58

<sup>39</sup> Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Op. Cit.*, h. 129



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, agenda dan sebagainya.<sup>40</sup> Penulis menggunakan dokumentasi dalam penelitian ini untuk memperkuat bukti bahwa penulis telah melakukan penelitian.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Reduksi Data

Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Data hasil mengikhtiarkan dan memilah-milah berdasarkan satuan konsep, tema, dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan.<sup>41</sup>

Penelitian dalam mereduksi data akan memilih dan menyeleksi data yang di peroleh dalam penelitian agar peneliti bisa menggambarkan penelitian ini lebih jelas. Peneliti mereduksi data di mulai dari menentukan fokus penelitian, menyusun pertanyaan penelitian, dan menentukan informan dalam penelitian peneliti dalam mereduksi data akan di bantu oleh pembimbing karena peneliti baru pertama kali melakukan penelitian kualitatif.

<sup>40</sup> Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Op. Cit.*, hal. 129

<sup>41</sup> *Ibid*, hal. 218

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Penyajian Data

Langkah selanjutnya sesudah mereduksi data adalah menyajikan data. Penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram dan sejenisnya.<sup>42</sup> Penyajian data berbentuk laporan hasil observasi penelitian secara langsung yang disajikan dalam bentuk uraian, sedangkan hasil dokumentasi akan ditunjukkan dalam bentuk bukti fisik selama penelitian.

## 3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif menjadi sari pati jawaban rumusan masalah dan isinya merupakan kristalisasi data lapangan yang berharga bagi praktek dan pengembangan ilmu.<sup>43</sup> Langkah terakhir yang dilakukan oleh penulis adalah menarik kesimpulan. Dalam kegiatan ini peneliti berupaya untuk menunjukkan data-data yang akurat, objektif, serta tidak direayasa.

## H. Keabsahan Data

Keabsahan data yang digunakan peneliti untuk pengecekan data melalui dua keabsahan data yaitu:

### 1. Uji Kredibilitas Data dengan Menggunakan Bahan Referensi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang

<sup>42</sup> Djam'ah satori dan Aan Komariah, *Op.Cit*, hal. 219

<sup>43</sup> Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Op.Cit.*, hal. 100

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

setelah penelitian berada dilapangan.<sup>44</sup> Langkah terakhir peneliti lakukan dalam menganalisis data adalah menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi. Dalam kegiatan ini penulis berupaya menunjukkan data-data yang akurat dan objektif serta tidak direayasa sama sekali.

#### 2. Uji Kredibilitas dengan *Member Check*

*Member check* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *Member check* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.<sup>45</sup> Apabila data yang ditemukan disepakati oleh para pemberi data berarti data tersebut valid, sehingga semakin kredibel atau dipercaya.

<sup>44</sup> *Ibid*, hal. 220

<sup>45</sup> *Ibid.*, hal. 276





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan pada Bab IV sebelumnya dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif *impulsive buying* mahasiswa Angkatan 2017 pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang diukur dari empat indikator perilaku konsumtif *impulsive buying*, sebagai berikut:

1. Tingkat spontanitas mahasiswa dalam membeli barang belum tergolong tinggi dan lebih mengutamakan pertimbangan kebutuhan yang diawali dengan adanya perencanaan, namun dalam situasi-situasi tertentu mahasiswa tidak melakukan perencanaan dalam melakukan pembelian barang.
2. Mahasiswa dalam melakukan pembelian barang mayoritas mempertimbangkan akan manfaat dari barang yang akan dibeli dan memikirkan terlebih dahulu mengenai akibat dari pembelian yang dilakukannya.
3. Mahasiswa memiliki tingkat pembelian barang yang cenderung tidak terburu-buru, meskipun dalam situasi tertentu, terdapat mahasiswa yang melakukan pembelian yang terkesan terburu-buru terutama ketika melakukan pembelian secara online dan situasi barang yang akan dibeli tergolong viral sehingga mahasiswa segera melakukan pembelian



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

4. Mahasiswa memiliki tingkat perbedaan perilaku yang dipengaruhi keadaan emosional dalam memenuhi kebutuhannya terutama dalam hal memuaskan keinginan dari barang yang dibelinya yang mana terdapat juga beberapa mahasiswa yang lebih mementingkan keinginan untuk membeli barang-barang tertentu demi memuaskan keinginannya kebutuhan namun terdapat juga mahasiswa yang lebih mementingkan kebutuhan dari barang tersebut.

#### B. Saran

Setelah meneliti tentang Analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan juga melihat kesimpulan yang di dapat oleh penulis, bahwa tingkat spontanitas dalam membeli suatu barang mahasiswa Pendidikan Ekonomi tidak terlalu tinggi. Kemudian mahasiswa pendidikan ekonomi juga mampu mempertimbangkan dan memikirkan dampak dalam melakukan pembelian suatu barang. Namun, sebaiknya mahasiswa pendidikan ekonomi dalam pembelian barang khususnya membeli barang online lebih mempertimbangkan lagi aspek-aspek kegunaan dan kebutuhan dari barang yang akan di beli, tidak mudah terburu-buru dalam mengambil keputusan hanya karna mengikuti trend, kemudian mahasiswa yang belum dan sudah memiliki penghasilan sendiri sebaiknya lebih mementingkan tingkat kebutuhan suatu barang, bukan dari tingkat keinginan. Mahasiswa harus bisa memikirkan secara matang, berpikir panjang, dan berulang-ulang apakah barang yang dibeli karena kebutuhan, atau hanya

keinginan. Dan yang paling penting, mahasiswa kuliah itu tujuan utamanya adalah menuntut ilmu, menambah wawasan, jangan sampai tujuan di awal tidak tercapai hanya karena terlalu sibuk memenuhi keinginan dan melupakan tugas kita sebagai mahasiswa.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





# Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almaidah, Fitri Antin. 2019. *Pembelian Spontan Konsumen Sebagai Akibat dari Visual Merchandising Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan Miniso Lippo Plaza Jember*. [Skripsi]. Universitas Jember
- Chaplin, J. P. 2009. *Kamus Lengkap Psikologi*. Alih Bahasa Oleh Kartono, K. Jakarta : Rajawali Press
- Departemen Agama RI. 2002. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Semarang: PT. Karya Toha Pura Semarang
- Faadhilah, Fauz Novia. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Beauty Vlogger Sebagai Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Remaja Perempuan Pengguna Kosmetik Korea Di Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. 7(1)
- Fitriyani, N. ,Widodo, P.,Fauziah, N. 2013. *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang*. Jurnal Psikologi. 12(1)
- Halimah, Siti. 2018. *Perilaku Tenaga Kerja Wanita (tkw) Dalam mengatasi Kecemasan di PJKT Citra Catur Utama Karya Ponorogo*. [Thesis]. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Haryati, Indah, Herwanto, Jhon. 2015. *Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Hasanah, Uswatun. 2007. *Hubungan Antara Interaksi Teman Sebaya dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*. [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Henrietta, Paulus. 2012. *Impulsive Buying Pada Dewasa Awal di Yogyakarta*. 11(2)
- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Luhfiana, Revalia. 2014. *Analisi Kualitas Pelayanan, Promosi dan Hedonic Shopping Motives Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Pembelian Secara Online*. [Skripsi] Universitas Diponegoro.
- Ningsih, R. A. Adinah Suryati, Bawono, Yudho. 2016. *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Pada Produk X Dengan Citra Diri Remaja Putri*. 2(1)





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- Margaretha, Gusti Asih, Pratiwi, Maria Shinta. 2010. *Perilaku Prososial Ditinjau dari Empati dan Kematangan Emosi*. 1(1) : 34
- Qibtiyah, M. 2015. Pengaruh *Loneliness* Terhadap *Impulsive Buying* Produk *Fashion* Pada Mahasiswi Konsumen *Online Shop*. [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rihani. 2018. Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Perilaku Berhutang di Kalangan Mahasiswa. [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Santjaya, Wina. 2013. *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan prosedur*. Jakarta: Kencana
- Samarlita, Ayu. 2019. *Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Pemberian Reward Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran dan Kewirausahaan Kelas XI Pemasaran SMKN 5 Kota Jambi*.
- Sari, Aprilia Eka. 2014. *Analisis Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. 13(1) :58
- Satori, Djam'an, Komariah, Aan. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Setiadi, Nugroho, J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Shihab, M. Quraish. 2009. *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati
- Sihotang, Artledia. 2009. *Hubungan Antara Konformitas Terhadap Kelompok Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja*.
- Sisputro, Agustio Adhi. 2017. *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Universitas Ciputra Tahun 2014-2016*, Skripsi, Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra.
- Suwayono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suminar, Eva, Meiyuntari, Tatik. 2015. *Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. 4(2) : 14
- Susanti, Ari, Ismunawan, Ardyana, Pardi Elia. 2017. *Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan, Dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan UMKM Di Surakarta*. *Jurnal Telaah Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta*. 18(1)



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Suyanto, Bagong, Sutinah. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Tata Usaha Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Tumanggor, Rusmin dkk. 2010. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*

Verplanken, B., Herabadi, A. 2001. Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking. *European Journal Of Personality*.

Yudasella, Ighfa Fahira, Krisnawati, Astrie. 2019. *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung*. Jurnal Mitra Manajemen (JMM) Universitas Telkom. 3(6)

Widawati, Lisa. 2011. *Analisis Perilaku "Impulsive Buying" dan Locus Of Control" Pada Konsumen di Carrefour Bandung*. 27(2) : 126



## LAMPIRAN 1

### PEDOMAN WAWANCARA

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pembelian spontan, merupakan keadaan dimana pelanggan sering kali membeli sesuatu tanpa direncanakan terlebih dahulu
  - a. Mahasiswa membeli sesuatu tanpa ada perencanaan
  - b. Mahasiswa membeli sesuatu barang secara spontanitas tanpa ada suatu pertimbangan
2. Pembelian tanpa berpikir akibat, merupakan keadaan dimana pelanggan sering melakukan pembelian tanpa memikirkan akibat terlebih dahulu mengenai akibat dari pembelian yang dilakukan
  - a. Mahasiswa membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang yang akan dibeli
  - b. Mahasiswa membeli suatu barang tanpa memikirkan akibat dari pembelian barang yang dilakukan
3. Pembelian terburu-buru, merupakan keadaan dimana pelanggan seringkali merasa bahwa terlalu terburu-buru dalam membeli sesuatu
  - a. Mahasiswa merasa tidak puas setelah membeli barang
  - b. Mahasiswa merasa terburu-buru terhadap pilihan barang yang telah dibeli nya
4. Pembelian dipengaruhi oleh keadaan emosional, adalah penilaian pelanggan dimana pelanggan melakukan kegiatan berbelanja dipengaruhi oleh keadaan emosional yang dirasakan





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

## LAMPIRAN 2

### DOKUMENTASI

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

جامعة السلطان شريف قاسم الاسلامية الحكومية ريبا  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No.155 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004  
Telp. 0761-562051 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

Nomor : B-3032/Un.04/WR.I/TL.00/10/2020  
Sifat : Biasa  
Lamp :  
Hal : Izin Riset

Pekanbaru, 27 Oktober 2020

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas  
Kabag  
UIN Suska Riau  
Pekanbaru

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, menindaklanjuti surat nomor: 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/35395 tanggal 21 September 2020 hal Mohon izin Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir/Skripsi, maka kami minta kepada Saudara agar dapat membantu Riset nama tersebut di bawah ini :

Nama : Khairul Umam Gadari  
NIM : 116161012340  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Untuk dapat melaksanakan Penelitian dan Pengambilan data guna mendapatkan Data dan Informasi yang terkait dengan Judul Penelitian " Analisis Perilaku Melalui Impulsive Buying pada Siswa Jurusan Ilmu Pengatahuan Sosial Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau " pada unit kerja saudara.

Demikianlah kami sampaikan atas kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Wassalam  
a.n. Rektor

Ayakkil Rektor Bidang Akademik  
dan Pengembangan Lembaga



Drs.H.Suryan A.Jamrah,MA  
NIP.19591009 198803 1 004

Tembusan:  
Yth. Rektor UIN Suska Riau.

Bagian: 234/sy/su/10/2020

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
كلية التربية والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING  
Jl. H. R. Soebrantas No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647  
Fax. (0761) 561647 Web: www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: eftar\_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/10402/2020  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : **Mohon Izin Melakukan Riset**

Pekanbaru, 21 September 2020 M

Kepada  
Yth. Gubernur Riau  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu  
Satu Pintu  
Provinsi Riau  
Di Pekanbaru

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : KHAIRUL UMAM GADARI  
NIM : 11616101234  
Semester/Tahun : IX (Sembilan)/ 2020  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul skripsinya : Analisis Perilaku Melalui Impulsive Buying Pada Siswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Lokasi Penelitian : Fakultas Tarbiyah Keguruan Jurusan Pendidikan Ekonomi  
Waktu Penelitian : 3 Bulan (21 September 2020 s.d 21 Desember 2020)

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

a.n. Rektor  
Dekan  
  
Dr. H. Muhammad Syaifuddin, S.Ag., M.Ag.  
NIP.19740704 199803 1 001

Tembusan :  
Rektor UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU  
Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/35395  
TENTANG



### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/10402/2020 Tanggal 21 September 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

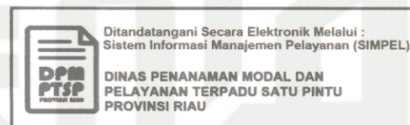
- Nama : **KHAIRUL UMAM GADARI**
- NIM / KTP : **116161012340**
- Program Studi : **PENDIDIKAN EKONOMI**
- Jenjang : **S1**
- Alamat : **PEKANBARU**
- Judul Penelitian : **ANALISIS PERILAKU MELALUI IMPULSIVE BUYING PADA SISWA JURUSAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FAKULTAS TARBIYAH KEGURUAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**
- Lokasi Penelitian : **FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI**

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
- Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
- Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 21 September 2020



Tembusan :  
Disampaikan Kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Rector Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru
- Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang Bersangkutan

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## SURAT KETERANGAN

Pekanbaru, 27 Juli 2020

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : KHAIRUL UMAM GADARI

NIM : 11616101234

Pendidikan : S1 Pendidikan Ekonomi

Judul Penelitian: Analisis Perilaku Melalui Impulsive Buying Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Nama yang bersangkutan di atas di izinkan melakukan penelitian di Jurusan Pendidikan Ekonomi sesuai dengan judul penelitian tersebut.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Jurusan  
Pendidikan Ekonomi

Mahdar Ernita, S.Pd., M.Ed  
NIP. 19790227 200901 2 008

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
كلية التربية والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING  
Jl. H. R. Soebrantas No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647  
Fax. (0761) 551647 Web. www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: eftak\_uinsuska@yahoo.co.id

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor : Un.04/F.II.4/PP.00.9/14306/2020  
Sifat : Biasa  
Lamp. : -  
Hal : Pembimbing Skripsi (Perpanjangan)

Pekanbaru, 04 Desember 2020

Kepada  
Yth. Mahdar Ermita, S.Pd., M.Ed

Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau  
Pekanbaru

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Dengan hormat, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau menunjuk Saudara sebagai pembimbing skripsi mahasiswa :

Nama : KHAIRUL UMAM GADARI  
NIM : 11616101234  
Jurusan : Pendidikan Ekonomi  
Judul : Analisis Perilaku Konsumtif Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Waktu : 3 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini

Agar dapat membimbing hal-hal terkait dengan Ilmu Pendidikan Ekonomi dan dengan Redaksi dan Teknik Penulisan Skripsi sebagaimana yang sudah ditentukan. Atas kesediaan Saudara dihaturkan terima kasih.

Wassalam

an. Dekan  
Wakil Dekan I



Dr. Drs. Alimuddin, M.Ag.  
NIP. 19660924 199503 1 002

Tembusan :  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**  
كلية التربية والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING  
Alamat : Jl. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 21129

**PENGESAHAN PERBAIKAN  
UJIAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Kharul Umam Gadeni  
Nomor Induk Mahasiswa : 116 1610 1234  
Hari/Tanggal Ujian : 14 Mei 2020  
Judul Proposal Ujian : Analisis Perilaku Konsumtif Impulsive Buying Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Isi Proposal : Proposal ini sudah sesuai dengan masukan dan saran yang Dalam Ujian proposal

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	
			PENGUJI I	PENGUJI II
1.	Drs. Akmal, M.Pd.	PENGUJI I		
2.	Muslim, M. Ag.	PENGUJI II		

Mengetahui  
a.n. Dekan  
Wakil Dekan I

Dr. Drs. Alimuddin, M.Ag  
NIP. 196609241995031002

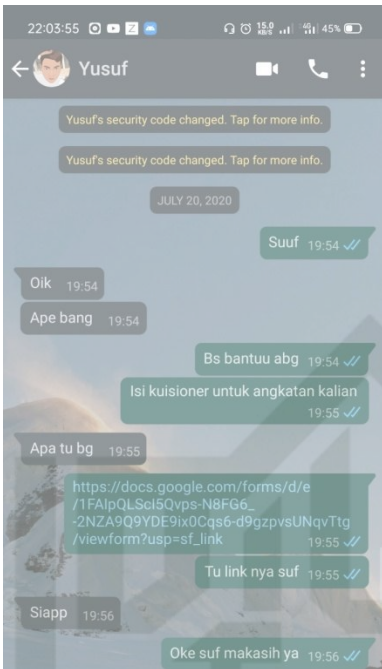
16 Juni 2020  
Pekanbaru, .....  
Peserta Ujian Proposal

Kharul Umam Gadeni  
NIM. 116 1610 1234



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

22:12:05

JENIS KELAMIN

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

Angkatan

Your answer

Apakah Mahasiswa membeli sesuatu tanpa ada perencanaan? Berikan Contohnya!

☐ memakai perencanaan

☐ tanpa perencanaan

berikan alasannya!

Your answer

22:12:19

Apakah Mahasiswa membeli sesuatu barang secara spontanitas tanpa ada suatu pertimbangan? Berikan contohnya!

☐ membeli barang secara spontan

☐ membeli barang tidak spontan

berikan alasannya!

Your answer

Apakah Mahasiswa membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang yang akan dibeli? Berikan contohnya!

☐ membeli barang dengan mempertimbangkan manfaat

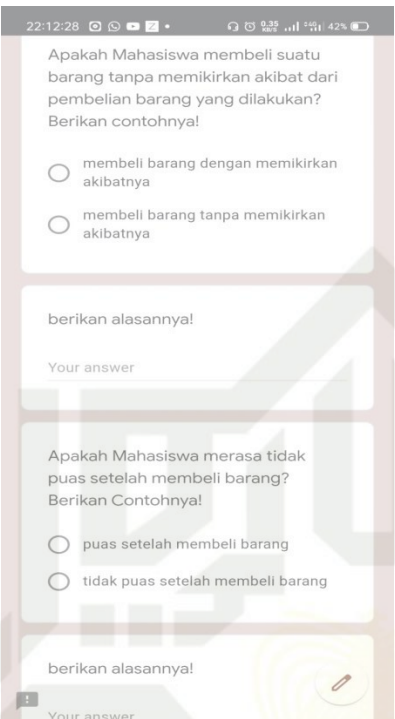
☐ membeli barang tanpa mempertimbangkan manfaat

berikan alasannya!



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



22:12:28 42%

Apakah Mahasiswa membeli suatu barang tanpa memikirkan akibat dari pembelian barang yang dilakukan? Berikan contohnya!

☐ membeli barang dengan memikirkan akibatnya

☐ membeli barang tanpa memikirkan akibatnya

berikan alasannya!

Your answer

Apakah Mahasiswa merasa tidak puas setelah membeli barang? Berikan Contohnya!

☐ puas setelah membeli barang

☐ tidak puas setelah membeli barang

berikan alasannya!

Your answer





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

22:12:34

Apakah Mahasiswa merasa terburu-buru terhadap pilihan barang yang telah dibelinya? Berikan Contohnya!

☐ membeli barang secara terburu-buru  
☐ membeli barang tidak terburu-buru

berikan alasannya!

Your answer

Apakah Mahasiswa melakukan pembelian demi memuaskan keinginan untuk mendapatkan barang yang disukainya? Berikan Contohnya!

☐ membeli barang untuk memuaskan keinginan  
☐ membeli barang bukan untuk memuaskan keinginan

berikan alasannya!

Your answer

Your answer

Apakah Mahasiswa merasa puas ketika telah membeli barang yang diinginkan? Berikan Contohnya!

☐ puas setelah membeli barang yang diinginkan  
☐ tidak puas setelah membeli barang yang diinginkan

berikan alasannya!

Your answer

Page 1 of 1

Submit

Never submit passwords through Google Forms.

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara Tentang Perilaku Melalui Impulsive Buying (Responses)

Timestamp	Email Address	NAMA	JENIS KELAMIN	Angkatan	Apakah Mahasiswa mem	Apakah Mahasiswa mem	Apakah Mahasiswa mem	Apakah
7/20/2020 20:03:35		YUSUF NURIMAN	Laki-laki		2017	Benar, contoh membeli bi	Benar, ikut kawan	Benar, terkadang keperluan
7/21/2020 13:56:34		LIRA AMNI JANNATA	Perempuan		2018	ada yang pake rencana	Mungkin iya mungkin tidi	Tidak. Setiap mahasiswa Tidak
7/21/2020 20:42:42		herdi suryadi	Laki-laki		2018	tentu ada. misalnya, men	Membeli barang tentu ada	Kalau membeli yang nan kalau n
7/22/2020 12:33:54		Putra	Laki-laki		2016	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah
7/22/2020 19:57:20		Yusmi	Perempuan		2017	Ya, baju	Ya, beli makan	Tidak
7/22/2020 20:08:28		wardahatul aini	Perempuan		2017	jarang	tidak	tidak
7/22/2020 20:13:28		Adhifa Mahira	Perempuan		2017	Membeli buku pelajaran	Tidak juga	Sebagian
7/22/2020 20:52:19		Winda lestari	Perempuan		2017	Tidak	Ya, makanan pinggir jala	Tidak
7/22/2020 22:23:02		Raudatul Jannah	Perempuan		2016	Membeli sesuatu tanpa g	Harus ada pertimbangan	Setiap barang yg dibeli p
7/26/2020 18:16:59		Alfandri Neldi	Laki-laki		2016	Iya, contohnya beli goren	Tidak, harus dipertimban	Tidak, harus ada manfaa
7/31/2020 19:23:10		Nuraini panjaitan	Perempuan		2018	Ada, karna keuangan ma	Tidak. Karna minimnya k	Tidak. Mahasiswa akan r
1/18/2021 16:51:27		Latifah aini	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/18/2021 16:55:59		Adinda sulistanti	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/18/2021 17:30:06		Rahmadani Lubis	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 8:44:52		Reni Afranti	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 9:18:25		Sadri Nurdiansyah	Laki-laki		17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang tanpa membe
1/19/2021 9:29:55		Safriani Rapika Azifa	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe

Wawancara Tentang Perilaku Melalui Impulsive Buying (Responses)

Timestamp	Email Address	NAMA	JENIS KELAMIN	Angkatan	Apakah Mahasiswa mem	Apakah Mahasiswa mem	Apakah Mahasiswa mem	Apakah
1/19/2021 11:46:08		IMELODA	Perempuan		2017	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang tanpa m
1/19/2021 11:56:13		INDAH LESTARI	Perempuan		2017	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 13:33:33		IZMA JULIAHA	Perempuan		2017	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang tanpa m
1/19/2021 14:47:54		Silvi Mustakima	Perempuan		17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang tanpa m
1/19/2021 15:51:37		Sisi Milenia	Perempuan		17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang dengan membe
1/19/2021 15:54:01		Siti Dyah Ningsih	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 15:59:59		Syahrizal Kamil	Laki-laki		17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang dengan membe
1/19/2021 16:11:06		Sri Rahayu	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 16:28:16		Wenni Puspitasari	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 17:13:23		Winda Purnama Sari	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 17:23:18		Yuli Nurjanah	Perempuan		17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang dengan membe
1/19/2021 17:30:42		Tri Agustia Chania	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 18:31:08		Yulia Arianita	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 18:36:26		Yulia Uifa	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 19:41:23		Yusuf Nuriman	Laki-laki		17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang tanpa m
1/19/2021 19:58:53		Zulfa Umniati	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 19:59:39		Agustina Dewi	Perempuan		17	memakal perencanaan	membeli barang tidak sp	membeli barang dengan membe
1/19/2021 20:06:44		Mithahul Khoiri	Laki-laki		17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang tanpa m



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara Tentang Perilaku Melalui Impulsive Buying (Responses)

Timestamp	Email Address	NAMA	JENIS KELAMIN	Angkatan	Apakah Mahasiswa mem	Apakah Mahasiswa mem	Apakah Mahasiswa mem	Apakah
1/19/2021 20:06:44		Miftahul Khoiri	Laki-laki	17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang tanpa m	memb
1/19/2021 20:10:37		Mhd Dandy Nasharuddin	Laki-laki	17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 8:35:09		Nakhly	Perempuan	17	memakal perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 9:16:07		Nurkumalasari	Perempuan	17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang tanpa m	memb
1/20/2021 10:19:14		Piana	Perempuan	17	memakal perencanaan	membeli barang tidak spi	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 10:26:48		Putri ulandari	Perempuan	17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 11:34:21		Ilham ramadhan	Laki-laki	17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 11:39:19		Fathur Rahman	Laki-laki	17	memakal perencanaan	membeli barang tidak spi	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 11:43:48		Febi angraini	Perempuan	17	memakal perencanaan	membeli barang tidak spi	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 11:57:44		Diana Sartika	Perempuan	17	tanpa perencanaan	membeli barang tidak spi	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 12:20:51		Fitri Anggraini	Perempuan	17	memakal perencanaan	membeli barang tidak spi	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 12:30:59		Hafiz isyad sir	Laki-laki	17	memakal perencanaan	membeli barang tidak spi	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 12:36:57		Heryadi	Perempuan	17	tanpa perencanaan	membeli barang tidak spi	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 12:42:38		Wardatul Aini	Perempuan	17	memakal perencanaan	membeli barang tidak spi	membeli barang dengan memb	
1/20/2021 13:10:49		Winda lestari	Perempuan	17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang tanpa m	memb
1/20/2021 13:17:57		halrul amin	Laki-laki	17	tanpa perencanaan	membeli barang secara s	membeli barang tanpa m	memb
1/20/2021 13:21:28		adrian	Laki-laki	17	memakal perencanaan	membeli barang tidak spi	membeli barang dengan memb	



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



### BIOGRAFI PENULIS

KHAIRUL UMAM GADARI lahir di Kota Pekanbaru pada tanggal 30 Desember 1998. Ia merupakan anak pertama dari Bapak Muhadi dan Ibu Mardaneli. Memiliki 1 orang adik laki-laki yang bernama Suhaid Mubasyir Al-Farisi. Riwayat Pendidikan dimulai dari TK Mutiara (2003-2004), melanjutkan Pendidikan SDIT 031 Mutiara Pada tahun (2004-2010), setelah lulus dari sekolah dasar, ia melanjutkan pendidikannya ke SMPS Cendana Mandau (2010-2013), setelah menyelesaikan pendidikan SMP dan melanjutkan sekolah di SMAS Cendana Mandau (2013-2016). Setelah menyelesaikan pendidikan di SMA, pada tahun 2016 melalui jalur SBMPTN penulis melanjutkan ke perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tepatnya di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Progam Studi Pendidikan Ekonomi Konsentrasi Manajemen. Berkat Rahmat Allah SWT, pada hari Kamis 28 Januari 2020 penulis menyelesaikan program Strata Satu (S1) dengan judul penelitian "Analisis Perilaku Konsumtif *Impulsive Buying* Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau". Dibawah bimbingan ibu Mardar Ernita, SPd, M.Ed. dinyatakan LULUS setelah mengikuti ujian Munaqasah dengan menyandang gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.